

ENSAYO DE GRADO: RECUPERACION DEL TURISMO EN COLOMBIA

Universidad Militar Nueva Granada.
Facultad de Ciencias Económicas
Aixa Alexandra Salcedo Castro

RESUMEN

Colombia es un país optimista el cual está experimentando un resurgimiento. El activo más importante es sin duda, su gente amable y acogedora, siempre fue un país catalogado como el más violento de Sur América, sin embargo tiene una de las experiencias más exitosas de recuperación económica y social más importantes de la región. La guerra dentro del país obstaculizo su desarrollo, pero hoy en día tanto colombianos como extranjeros están redescubriendo sus oportunidades económicas y turísticas.

Palabras clave: Turismo, Estado, Planeación, Territorial, presupuesto, Estrategia.

ABSTRACT

RECOVERY OF TOURISM IN COLOMBIA

Colombia is a country optimistic which is experiencing a resurgence. The most important asset is undoubtedly its friendly and welcoming people, always been a country ranked as the most violent in south America, however, has one of the most successful social and economic recovery of the regions most important. The war at home I cross their development, but today both Colombian and foreign are rediscovering their economic and tourism opportunities.

Keywords: Tourism, State Planning, Territorial, budget, strategy

Definiciones:

La unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo (OMT) (actualmente Organización Mundial del Turismo) acepta esta definición simplificada de Turismo: Es la suma de relaciones y de servicios resultantes a un cambio de residencia temporal y voluntario, no motivado por razones de negocios o profesionales. ((OMT, 2012)

ENSAYO DE GRADO: RECUPERACION DEL TURISMO EN COLOMBIA

Noviembre 2013

Aixa Alexandra Salcedo Castro

El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente por motivos de recreación descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que se ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural. (De la Torre, 1992, p18).

Introducción:

En la actualidad el turismo en Colombia ya no es un producto de lujo reservado sólo a las personas con tiempo libre y recursos económicos, sino que es reconocido como una necesidad e incluso, como un derecho que contribuye a su vez al desarrollo de los países y regiones.

Es necesaria la búsqueda de estrategias encaminadas a fomentar el desarrollo del turismo cultural, ecológico, salud, gastronómico, negocios etc. No solamente como motor económico del país, sino también como preservador de los valores y del patrimonio cultural de la nación, desde una perspectiva que garantice el respeto y la conservación de los mismos a través de una mayor inversión a esté sector económico.

El ejercicio de investigar y de escribir sobre un tema tan técnico como es el sector Turístico, es una labor que no puede ejercerse sin documentarse. Requiere de la colaboración y el compromiso de diferentes actores. El turismo Colombiano por ser un sector tan joven, padece las consecuencias de la poca credibilidad e implica superar muchos obstáculos, afortunadamente tenemos instituciones encaminadas al crecimiento y producción de esté sector.

El turismo es un sector de la economía colombiana que, aunque es pequeño, es de los más promisorios en la actualidad, apoyándose en el fortalecimiento regional, apertura de mercados internacionales, consolidación de procesos económicos y sociales. Es por eso que el Estado debe intervenir con apoyo para incentivar el desarrollo, pues hay algunos empresarios que reclaman un modelo de protección (Fernández & Aharon, 1995). El Estado debe intervenir para evitar los

Noviembre 2013

Aixa Alexandra Salcedo Castro

posibles impactos negativos de un turismo espontaneo que puede ocasionar en las comunidades y en los recursos naturales.

El turismo debe propender por un desarrollo sostenible de la actividad logrando ser más competitivo en relación a otros países de la región, esto únicamente se logra con capacitación, tecnología, recursos financieros y capacidad administrativa en el manejo de programas y proyectos que impulsan el desarrollo del sector.

Para el Turismo es muy importante la planificación, cualquier actividad económica que tenga impactos significativos en la comunidad requiere de esta herramienta, donde se puede anticipar en el futuro a pesar de los intereses individuales que marcan un factor critico en la sociedad actual, pues se debe tomar decisiones comunes para no afectar los temas ambientales, creando cultura colectiva. (Fernández & Aharon, 1995).

Para planificar en el turismo implica generar una conciencia colectiva de la importancia de esta actividad para una región y desatar el compromiso de todos los actores involucrados en su gestión.

Cada gobierno realiza su Plan Nacional de Desarrollo constituido por dos partes: una general de carácter estratégico y un Plan de inversiones de carácter operativo, este ultimo comprende las metas de gasto de los programas y proyectos. El Plan Nacional de Desarrollo es elaborado por los organismos de planeación de la Nación, en coordinación con las Entidades Nacionales. La coordinación es responsabilidad del Departamento Nacional de Planeación (DNP) de acuerdo con las orientaciones del Presidente electo.

El plan de inversiones debe contener e incluir una proyección de diferentes ámbitos donde se debe tener en cuenta para el plan Nacional.

La proyección de recursos financieros, identificación de los programas y proyectos prioritarios de inversión, estos programas deberán contribuir al cumplimiento de los objetivos y metas del

ENSAYO DE GRADO: RECUPERACION DEL TURISMO EN COLOMBIA

Noviembre 2013

Aixa Alexandra Salcedo Castro

plan, Los costos y fuentes de financiación de los proyectos, finalmente se debe señalar los mecanismos financieros e institucionales que posibiliten la ejecución de los proyectos. (Fernández & Aharon, 1995).

Dentro del desarrollo de la gestión turística participan el Estado como “Mediador” (Ministerio, gobernación, alcaldías) diversas empresas “Gestor” (Hoteleros, agentes de viajes, comerciantes, Propietarios de Restaurantes, guías turísticos, recreadores) y sociedad civil “Comunidad Integrada” (ONG, organizaciones diversas). (Fernández & Aharon, 1995).

El turismo es una actividad que por sus características genera grandes transformaciones en el entorno de la comunidad, por eso mismo se pueden ver afectados positiva o negativamente, de ahí la importancia de usar eficientemente la herramienta de la planificación para que así se pueda aprovechar las oportunidades de explorar racionalmente el mercado que ofrece. Los posibles impactos: económicos, socioculturales y ambientales. Los posibles beneficios podrían ser: generación de empleo, diversificación económica, fortalecimiento territorial, conciencia de valor de los recursos.

Como impactos negativos tenemos: Aceleración de migraciones, escasa participación comunitaria, pérdida de identidad cultural y deterioro de los recursos ambientales.

Los proyectos turísticos pueden generar expectativas especialmente en lo relacionado con la generación de empleo y es inevitable que se aceleren los procesos migratorios atrayendo la mano de obra no calificada que espera la oportunidad de vinculación a cualquier costo, generando desorden en el mercado laboral lo que también puede producir consecuencias colaterales como la inseguridad y deterioro en el entorno.

La escasa participación comunitaria en la gestión turística es muy baja y muy poco beneficia a la población local, esto hace que los habitantes locales generen conciencia anti turística que se manifiesta en permanentes conflictos. (Fernández & Aharon, 1995).

Noviembre 2013

Aixa Alexandra Salcedo Castro

La pérdida de identidad cultural corre el riesgo de incrementarse y Colombia tiene gran potencial para su desarrollo, el folklor, música, danza, literatura, gastronomía, artesanía, vivienda ofrece una valiosa materia prima para crear productos turísticos variados y competitivos.

Se ha demostrado que la actividad turística no es la más contaminante, sin embargo la actitud depredadora del visitante o la sobreexplotación de un recurso pueden causar daños irreparables en los recursos naturales. (Fernández & Aharon, 1995).

El Importante Rol del Estado

El sector económico del turismo en general se ha convertido durante la última década en uno de los sectores más importantes a nivel mundial y su rápido incremento esta estrechamente relacionado con el avance de la tecnología y telecomunicaciones, por lo que se ha transformado en una industria altamente globalizada.

Ante este escenario y la participación en esta economía cada vez de una mayor cantidad de países, especialmente aquellos con alta biodiversidad, es evidente, que el rol del Estado es fundamental para promover el desarrollo del turismo al interior de sus fronteras. (ILPES, 2003).

El Estado debe asegurar que esto suceda dentro de un marco administrativo, legal e institucional que permita un desarrollo de esta actividad que beneficie a la población de las comunidades cuyos territorios serán intervenidos, que se proteja el medio ambiente y que se generen ingresos de divisas que permanezcan al interior del país, en otras palabras velar por un desarrollo sostenible de la actividad.

El Estado está obligado a fomentar el desarrollo turístico en sus respectivos niveles de intervención: Internacional, nacional, regional, local y Estrategias de planificación del turismo sectorial. Este sector cuenta con una altísima participación por parte del sector privado,

ENSAYO DE GRADO: RECUPERACION DEL TURISMO EN COLOMBIA

Noviembre 2013

Aixa Alexandra Salcedo Castro

especialmente empresas transnacionales (portadores de la globalización) que tienen intereses propios al momento de asentarse en un territorio. (ILPES, 2003).

La intervención del estado consiste en generar los marcos de actuación con respecto al desarrollo y fomento del turismo como por ejemplo: promoción del turismo a nivel nacional e internacional, atracción de inversiones extranjeras directas, planificación estratégica y fiscalización en materia de seguridad, salud, medio ambiente, marco económico entre otros. Según estudios de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL. (ILPES, 2003). El estado debe realizar una serie de actividades; Fomentar los negocios turísticos, construir infraestructura básica (vial, telecomunicaciones, portuaria, sanitaria entre otras) desarrollar proyectos de gestión y desarrollo turístico, regulaciones, promoción del negocio, promover la atracción de inversiones, asegurar un estándar de calidad turística y las posibilidades para la capacitación del personal, desarrollar y aplicar instrumentos para el desarrollo en general, Procurando que se creen oportunidades de negocios y que el sector se desarrolle dentro del marco de sostenibilidad ambiental, social y económica. (ILPES, 2003).

Los países latinoamericanos han reaccionado ante un escenario con nuevas políticas nacionales como son; la estabilización macroeconómica, la apertura comercial y financiera, la desregulación de la economía, los amplios programas de privatización, la liberalización de los marcos regulatorios aplicables a las inversiones privadas y los procesos de integración regional, estos han modificado sustancialmente el ambiente de los negocios de América Latina y el Caribe, Incentivando decisiones de inversión por parte de empresas (nacionales e internacionales), (Schulte, 2003, p. 48). Como primordial determinante ha sido la inversión extranjera directa y pasó a ser un elemento estratégico para el fomento de la actividad.

Para que exista la inversión extranjera directa los países visitantes exigen una estabilidad política, económica y social, reglamentación sobre ingreso y operaciones, estándares de calidad, política tributaria, acuerdos internacionales, políticas de privatización y políticas comerciales. (ILPES, 2003).

Noviembre 2013

Aixa Alexandra Salcedo Castro

Colombia es un país que esta generando nuevas proyecciones a comparación de otros países de la región, sin embargo existen consideraciones que se deben tener en cuenta como son los estándares de calidad turística y que son de gran importancia y determinan fuertemente el arribo de los turistas a un lugar ya que se dejan de lado aquellos destinos que no satisfacen las expectativas. (ILPES, 2003).

El turismo de Calidad se traduce en un alto nivel de satisfacción de los clientes, en la protección del medio ambiente y de la cultura de la zona de emplazamiento. En consecuencia también es labor de la institucionalidad velar por condiciones que impulsen al privado o al empresario turístico a mantener un nivel de calidad que sea internacionalmente reconocido a cualquier escala desde una sencilla casa hotel hasta un hotel cinco estrellas. Ya que el Estado no puede intervenir directamente en estos asuntos, se trata más bien de herramientas que impulsen a los empresarios a seguir un cierto estándar de salud, higiene, comodidad, servicios y seguridad. (ILPES, 2003).

El desarrollo de recurso humano en el sector turístico trata de las competencias que debe tener el profesional calificado involucrado en una empresa del sector turístico, es esencial disponer de personal debidamente capacitado ya que los turistas tienen muchas expectativas con respecto al servicio que se les brindara en su estadía. ILPES (2003) en la OMT (Guía para administradores locales: Desarrollo Turístico sostenible, Organización Mundial del Turismo) recomienda para el desarrollo del recurso humano un enfoque sistémico.

Periodos de gobierno del Ex Presidente Álvaro Uribe Vélez:(2002 -2006) y (2006 - 2010).

Se inició un impulso al sector turismo, uno de los sectores que más se fortaleció durante este gobierno, a través de estímulos a la inversión y de la Seguridad Democrática. Los turistas

ENSAYO DE GRADO: RECUPERACION DEL TURISMO EN COLOMBIA

Noviembre 2013

Aixa Alexandra Salcedo Castro

internacionales se duplicaron y los ingresos por concepto de turismo crecieron en un 115 % en estos ocho años, dejándole al país recursos por 2.663 millones de dólares. (MinCIT, 2010).

Con su habilidad comunicativa y con otras medidas, incluyendo las polémicas exenciones tributarias y pactos de estabilidad, Uribe logró transmitirles a los empresarios una mayor confianza para que invirtieran en el país. Durante su gobierno se crearon 150 mil empresas nuevas y las medianas y pequeñas que representaban el 72 por ciento del total en el 2002 ahora son el 86 %, según reportes de la ANDI (2013). Las exportaciones también se multiplicaron. El ex presidente Uribe, creó herramientas para sacar a los militares de sus batallones y ponerlos a combatir efectivamente a los guerrilleros. Con Uribe, los militares encontraron la voluntad política que siempre demandaron de un Presidente y eso se reflejó en varios éxitos militares, También se logró articular mucho mejor la coordinación entre las fuerzas y modernizar internamente al Ministerio de Defensa (MinDefensa).

Se realizaron esfuerzos importantes, entre ellos, un estudio de Competitividad del Sector Turismo hecho por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT), que identificó los principales clúster turístico-vacacionales ligados a la oferta regional de los litorales colombianos, además de las problemáticas y barreras de entrada para el producto de playa, que como ícono de atracción de los flujos de viajeros a Colombia, deberían ser superadas para posicionarlo eficientemente en los mercados. (CPC 2006).

El Consejo Nacional de Política Económica y Social (CONPES, 2005), aprobó en el año 2005 el documento 3397 “Política Sectorial de Turismo”, que propone el fortalecimiento de la institucionalidad, la participación interinstitucional a nivel nacional y regional y la definición de un esquema adecuado de regulación y supervisión, como elementos para alcanzar una oferta turística competitiva, la cual requiere de una política de preparación de destinos turísticos, de los prestadores de los servicios turísticos y la puesta en valor del patrimonio cultural que garantice su recuperación y sostenibilidad.

Lo anterior, se ha traducido en el fortalecimiento de la asistencia a las regiones en la creación y adecuación de oferta turística mediante el apoyo a la formulación de proyectos de turismo y la

ENSAYO DE GRADO: RECUPERACION DEL TURISMO EN COLOMBIA

Noviembre 2013

Aixa Alexandra Salcedo Castro

coordinación de acciones en instancias departamentales, la estructuración y aplicación de indicadores de competitividad turística de los destinos, entre otros, que sin duda contribuyen al avance del desarrollo del turismo en el país.

Por iniciativa del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, se realizó un diagnóstico del producto de sol y playa en el país, apoyado por la Organización Mundial del Turismo, en el cual se identificaron como problemáticas específicas, las siguientes:

Baja calidad en aguas de baño debido a vertimientos de aguas residuales, Retroceso de la línea de costa debido a fenómenos naturales como tormentas, oleaje extremo y ascenso del nivel del mar y factores como la construcción de rompeolas, espolones y extracción de arena para construcción, Déficit en el ordenamiento y planificación de las playas y Bajo nivel de coordinación interinstitucional.

En el año 2008 el Consejo Nacional de Política Económica y Social (CONPES, 2008) aprobó el documento 3527, que en su estrategia de promoción de sectores de clase mundial, liderada por el Ministerio de Comercio, industria y Turismo, enmarcada dentro del eje estratégico como Colombia: destino turístico de clase mundial, propone acciones enfocadas al aumento de la competitividad de los destinos a partir del mejoramiento de la infraestructura turística para el desarrollo regional, el manejo de la erosión costera para recuperación de playas en el litoral Atlántico y San Andrés, así como el fortalecimiento de la seguridad mediante la capacitación y dotación de la policía de turismo.

El crecimiento de la actividad turística no planificada, junto a la falta de un adecuado manejo de las playas, está generando la degradación de éstos recursos que en sí mismos, son la atracción turística, causando no solamente una pérdida económica sino una gran pérdida ecológica y cultural.

ENSAYO DE GRADO: RECUPERACION DEL TURISMO EN COLOMBIA

Noviembre 2013

Aixa Alexandra Salcedo Castro

La contaminación de las aguas de baño a causa de vertimientos domésticos e industriales directos a la zona costera, se traduce principalmente en altas concentraciones de contaminantes orgánicos, inorgánicos y microbiológicos; el inadecuado manejo de residuos sólidos; la pérdida de playas turísticas por el retroceso de la línea de costa, con áreas críticas tanto en el Caribe como en el Pacífico; el deterioro de ecosistemas marinos y costeros con alta aptitud para el turismo; se constituyen en las principales problemáticas ambientales que afrontan actualmente las playas turísticas.

La ocupación ilegal de las áreas de playa en algunos casos por parte de conglomerados de personas, como sitio de hábitat y en otros para la construcción de complejos urbanísticos, hoteleros, clubes privados, condominios y viviendas que tienen para su exclusivo servicio áreas de playa delimitadas por encerramientos, vías de acceso restringidas y servicios de vigilancia, es evidente. (MinCIT, 2011). La consolidación del turismo doméstico se fue dando gracias a los éxitos de la campaña “VIVE COLOMBIA, VIAJA POR ELLA” permitió recuperar la confianza de los colombianos para volver a visitar los diversos destinos, el trabajo permanente por dotar de herramientas técnicas a las administraciones regionales y locales, de la mano de la estrategia de la Seguridad Democrática que ha tenido un reconocimiento de todos los sectores es característica del Gobierno Uribe Vélez.

Los porcentajes de ocupación hotelera promedio nacional se incrementaron alrededor de diez puntos pasó de 43% en el 2001 a 53% en el 2004, sin embargo se presentaron fallas en la calidad de la prestación de servicios al compararlos con estándares internacionales. (MinCIT, 2006).

Como primer lineamiento de este periodo se plantea el enfoque de la competitividad, apoyándose en cuatro columnas básicas: tecnología, educación, desarrollo empresarial y diferenciación de productos. (MinCIT, 2006).

Noviembre 2013

Aixa Alexandra Salcedo Castro

Periodo presidencial de Juan Manuel Santos: (2010-2014)

El sector turismo en los últimos tres años en Colombia para este Gobierno y el desarrollo turístico han sido una prioridad, tanto así que dejó de ser un tema incluido en los planes de Gobierno, para ser una política de Estado.

Juan Manuel Santos, se trazó como meta hacer del turismo de naturaleza una de las grandes apuestas del país y a elevar los recursos de inversión en este sector. Las cifras demuestran el cumplimiento de este compromiso: el presupuesto de inversión creció 137% en los últimos tres años, recursos que se han dirigido a 110 proyectos de infraestructura turística. (MinCIT, 2013).

Juan Manuel Santos dice que “Si queremos consolidar a Colombia como un destino de clase mundial”, hay que preparar a los destinos para recibir a los visitantes, tanto en infraestructura como en promoción. Se han invertido en la construcción y adecuación de muelles, malecones, centros de convenciones, miradores, caminos, renovación de las campañas de promoción nacional e internacional del país.

Una de las cifras que refleja el buen direccionamiento de las políticas en aras del fomento turístico del país, es la de llegada de visitantes internacionales, que durante el primer semestre de este año fue de 1.750.000, un 8% más que durante igual período del año anterior. (MinCIT, 2013).

Mientras que el ingreso de viajeros internacionales al país viene creciendo a un ritmo promedio de casi el 10%, América Latina crece al 5% y el mundo al 3,5%. La oferta hotelera ha crecido en 15 mil habitaciones nuevas con inversión privada de más de \$1 billón de pesos.

Respecto a la llegada de cruceros, el aumento también ha sido evidente. Entre enero a junio de 2013 la llegada de pasajeros en cruceros creció 15%, con 169.840 personas. (MinCIT, 2013)

El aumento de llegada de cruceros es un indicador de que las acciones implementadas por el Gobierno Nacional para incentivar la mayor promoción del turismo internacional, siguen ayudando a fortalecer la competitividad del sector. Además, si tiene en cuenta que cada persona

ENSAYO DE GRADO: RECUPERACION DEL TURISMO EN COLOMBIA

Noviembre 2013

Aixa Alexandra Salcedo Castro

que se baja del crucero a conocer las ciudades en donde se realizan las paradas, gastan mínimo 100 dólares cada uno, las oportunidades para comerciantes, taxistas, artesanos, guías y demás personal relacionado con el turismo se incrementan.

En cuanto a conectividad, Colombia y sus regiones están más comunicadas con el mundo. Este año han entrado en operación dos nuevas rutas internacionales y 15 más nacionales, y desde el inicio del Gobierno a diciembre de 2012, se ha incrementado la conectividad aérea en 83 frecuencias nacionales operadas y en 159 frecuencias internacionales operadas.

Las llegadas de pasajeros aéreos internacionales creció 13,3% en los primeros seis meses del año, con 1.978.697 y también crecieron los viajeros nacionales en 24,7% para un total de 7,2 millones entre enero y junio. (MinCIT, 2013).

Igualmente, los Parques Nacionales han recibido más de 1,5 millones de turistas en estos 2 años; 825 mil en el 2012, un crecimiento del 19% frente al año 2011. En años anteriores el crecimiento anual no superaba el 1%. (MinCIT, 2012).

La más reciente encuesta de gasto en turismo interno del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE, 2013) revela que tan solo el 0.8% de los colombianos no viaja dentro del País por motivo de seguridad, el 36.5% no lo hace por motivos económicos.

El Ministerio tomó la decisión de aprovechar turísticamente los dos mares, ríos, lagunas, ciénagas y demás espejos de agua, para que Colombia no sólo sea reconocida como un país de montañas y selvas, sino un país en el que se puede navegar, bucear y practicar deportes náuticos. (MinCIT, 2013)

Noviembre 2013

Aixa Alexandra Salcedo Castro

Promoción del turismo en Colombia:

Los instrumentos que siempre se emplean en la promoción turística van más relacionados a orientar los deseos y necesidades de la demanda, pero siempre es mayor la oferta, gracias a la competencia promocional que existe a nivel internacional.

Los países desarrollados debido a su adelanto en técnica y sus recursos económicos emprenden su propaganda en forma escalonada y particularizada por empresas, localidades y regiones. Los países en vía de desarrollo fundamentalmente realizan propaganda global. Independiente del método que se aplique, la publicidad debe realizarse sin contradicciones y con una idea central planificada, para motivar un deseo y provocar una respuesta adecuada. (De la Torre, 1992).

El sector de Comercio Exterior está integrado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Proexport, Bancóldex, el Fondo Nacional de Garantías, la Superintendencia de Sociedades y la de Industria y Comercio, Artesanías de Colombia, la Junta Central de Contadores, el Consejo Técnico de la Contaduría Pública, el Instituto Nacional de Metrología, el Fondo de Turismo (antes Fondo de Promoción Turística) y el Programa de Transformación Productiva. Estas organizaciones se reúnen para realizar estrategias de inversión extranjera, creando diferentes beneficios y servicios. (Proexport Colombia, 2013). La venta y promoción del turismo en Colombia también hace parte de diferentes campañas y recursos, promocionando al país como destino turístico y apoya a los empresarios interesados, Un ejemplo muy claro del éxito en las promociones turísticas las encontramos en los creados por marca país que reemplazo el eslogan de Colombia es pasión y Vive Colombia viaja por ella. Estos eslogan, fueron creados como imagen país y promoción turística. Las organizaciones antes mencionadas realizan; Actividades de promoción, Proyectos de gestión, Viajes de familiarización, Seminarios de entrenamiento, Macro ruedas de turismo y Participación en ferias internacionales. También se realizan alianzas y convenios con las agencias de viajes las cuales desarrollan sus propias facilidades y oportunidades para los turistas nacionales e internacionales.

Noviembre 2013

Aixa Alexandra Salcedo Castro

Conclusiones y recomendaciones:

El reto de Colombia y su gobierno es implementar estrategias de competitividad a través de la realización de estudios internacionales que permitan conocer como están avanzando en el sector turístico, involucrando a la comunidad en general y así buscar alternativas que permitan generar fuentes de empleo, con mano de obra calificada, las cuales reciban capacitación en el manejo de idiomas y todas las áreas pertinentes buscando obtener una mejor gestión en los productos y servicios para manejar un estándar de calidad internacional.

Los dos gobiernos, El actual, el del Presidente Juan Manuel Santos y el de el Ex presidente Álvaro Uribe Vélez deben dejar atrás sus propios intereses económicos, pensando en invertir con Calidad, transparencia y equidad, a su vez inculcar y exigir una verdadera responsabilidad social, para que el control y seguimiento a los Proyectos y programas de Empresas costeras, no atenten contra los recursos naturales de la nación.

Colombia es un país muy rico en biodiversidad la cual puede ser de gran atracción turística, para ello se requiere tomar acciones que mejoren no solo las campañas publicitarias a nivel local, si no que sean llevadas al mundo, creando relaciones, planes y programas con lo medios de prensa internacional, así como con los agentes de viaje, estimulando el incremento de turistas para el desarrollo sostenible del turismo, buscando que el extranjero conozca y entienda que el país es más atractivo por lo que posee y no por lo que unos pocos buscan promocionar negativamente,

Los Nuevos TLC son muy importantes, pero el gobierno colombiano debe crear oportunidades para su globalización sin perjudicar a los pequeños y medianos empresarios, es una excelente oportunidad para implementar una estrategia comercial que impulse la economía nacional y que genere una explícita invitación a creer en Colombia como fuente de negocios a nivel internacional.

Bibliografía

Carvajal, M & Pérez, J. (1997). El Desarrollo económico Turístico Colombiano, un enfoque comparativo bases para una política turística. Trabajo de grado de maestría no publicado. Pontificia Universidad Javeriana Facultad de Económica. Bogotá.

Comisión económica para América latina y el Caribe (CEPAL). Extraído el 18 de Octubre del 2013 desde **www.eclac.cl**.

De la Torre, O. (1992). El Turismo fenómeno social. 7ª reimpresión. Fondo de cultura económica México. México: FCE.

De Zárate, L. (2006). Acuerdo de Promoción Comercial Colombia-Estados Unidos (Tratado de Libre Comercio). Colombia: PUJ.

Fernández, V & Porras, O. (1995). La planificación del turismo en las entidades territoriales. Facultad de administración de Empresas Turísticas y Hoteleras. Universidad Externado de Colombia. Colombia: UEC.

Getino, O. (2002). Turismo entre ocio y el negocio, Identidad cultural y desarrollo económico en América Latina y el Mercosur. Argentina: Circcus.

González, M & Eugenia, C. (2006). Propuesta de plan de negocios para la determinación de viabilidad de prestar el servicio de Turismo de salud en Colombia a pacientes extranjeros. Trabajo de grado de maestría no publicado. Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de Ingeniería. . Bogotá.

Instituto latinoamericano y del Caribe de planificación Económica y Social –ILPES. (2003). Guía conceptual metodológica para el desarrollo y la Planificación del sector turismo. Extraído julio de 2003.

Lizcano, Ch & Badel, A. (2006). Criterios para la promoción del Turismo social vacacional. Trabajo de grado de maestría no publicado. Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de Comunicación. Bogotá.

Martínez, M. (1995). La Situación Actual del Sector Turismo en Colombia. Revista Javeriana Vol. 182, no. 410 (Feb.-Mar. 2004). Colombia.

ENSAYO DE GRADO: RECUPERACION DEL TURISMO EN COLOMBIA

Noviembre 2013

Aixa Alexandra Salcedo Castro

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo Colombia. (2012). Informe Turismo Diciembre 2012. Extraído en diciembre del 2012

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo Colombia. (2014). Plan sectorial de turismo 2011 – 2014 “Turismo: factor de prosperidad para Colombia”. Extraído enero 2015.

Ministerio de comercio, Industria y turismo de Colombia (MINCIT). Extraído el 18 de Octubre del 2013 desde www.mincit.gov.co/

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2004). Colombia un sector de oportunidades. Revista Javeriana Vol. 140, no. 710 (Nov.-dic. 2004), p. 10-17. Colombia.

Organización mundial del Turismo (OMT). Extraído el 18 de Octubre del 2013 desde <http://unwto.org/es>.

Peña, Aguilar, Asanza & Xavier. (2008). Aspectos socio psicológicos del turismo. España: Eumed.

Prada, A. (1987). El turismo histórico en Colombia. Revista Javeriana Vol. 108, no. 540 (nov.-dic. 1987), p. 821-824. Colombia.

Ramírez, C. (2006). Calidad total en las empresas Turísticas. México: Trillas.

San clemente, C & Alberto, J. (2000). Internacionalización del turismo y la hotelería colombiana. Revista Registro Marc. Volumen 67. No. 1, Colombia.

Secretaria general de la Organización de Estados Americanos, secretaria ejecutiva para asuntos económicos y sociales. (1993). Compendio de Estudios recientes sobre el desarrollo del turismo. Extraído noviembre de 1993.

Velazco, A. (2012). Creación de empresa Sistema de promoción Turística y Hotelera. Trabajo de grado de maestría no publicado. Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de Ciencias económicas y administrativas. Bogotá.

Vélez, J & Patiño, A. (1991). El alcance del Turismo social en el área de influencia de la ciudad de Bogotá. Trabajo de grado de maestría no publicado. Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de Ciencias económicas y administrativas. Bogotá.